Starke Marketingpower für den Launch von Dreamcast™

Nürnberg, 3. Februar 1999. Erstmals in Deutschland ist Dreamcast™, die neue Superkonsole von SEGA, zur Zeit auf der diesjährigen Nürnberger Spielwarenmesse zu sehen. Nach einem überaus erfolgreichen Launch in Japan im November 1998 wird Dreamcast™ im Herbst 1999 in Europa eingeführt. Der Launch von Dreamcast™ auf dem deutschen Markt wird voraussichtlich im September 1999 stattfinden. Zuvor wird Dreamcast™ auf der IFA in Berlin dem breiten Publikum vorgestellt.

“Dreamcast™ ist mehr als nur eine Konsole - es ist eine Stück Lebensgefühl und revolutioniert mit aufregenden Features den gesamten Videospielebereich”, erläutert Stefan Brandt, Marketing Manager von SEGA Deutschland. “Es geht uns darum, Dreamcast™ als eine revolutionäre Marke der digitalen Unterhaltung auf dem Markt einzuführen”. Hierfür werden erhebliche Marketingbudgets zur Verfügung gestellt. Für die Markteinführung wird SEGA in Deutschland über ein Marketingbudget in zweistelliger Millionenhöhe verfügen.

“Unser Ziel ist es, SEGA wieder als Key Player am Markt zu etablieren. Wir streben mit Dreamcast™ gemeinsam mit dem Handel die Marktführerschaft an. Um dies zu erreichen, werden wir uns nicht nur an den klassischen Videospieler wenden, sondern auch neue Zielgruppen erschließen”, so Thomas Zeitner. Aufgrund der herausragenden technischen Eigenschaften und Ausstattung ist Dreamcast™ die erste Konsole, die für Video- und PC-Spieler gleichermaßen interessant ist. Dies bestätigen auch aktuelle Marktforschungsuntersuchungen, die bei beiden Gruppen ein immenses Potential für die neue Konsole konstatieren. Mit den Marketingaktivitäten zielt SEGA auf diese beiden Zielgruppen ab.

Zur Zeit befindet sich SEGA in der abschließenden Phase der Planungen für den Launch von Dreamcast™. Diese werden mit Beginn des neuen Fiskaljahres greifen, das im März 1999 beginnt. Erst dann wird das Unternehmen weitere Details zum Marketingplan vorstellen. Während SEGA in der Vergangenheit in Deutschland stark auf Below-the-line-Aktivitäten gesetzt hat, wird für Dreamcast™ ein wichtiger Schwerpunkt auch auf Above-the-line Aktivitäten liegen, wie beispielsweise ein starker Werbeauftritt oder die Präsenz auf Messen.

Neben den Planungen für die Marketingaktivitäten erarbeitet SEGA zur Zeit eine neue Vertriebsstruktur. “Die Präsenz im Point-of-Sale und ein gute Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern ist für uns einer der Garanten für den Erfolg von Dreamcast™. Wir werden hier neue Strukturen implementieren, die einen optimalen Vertrieb gewährleisten werden”, schließt Thomas Zeitner.

Weitere Informationen:
Tina Sakowsky, SEGA Gesellschaft für Videospiele mbH, Tel. 040-22938-255 oder E-Mail sakowsky@sega.de
Ute Richter, MS&L International Public Relations GmbH, Tel. 06171 58 87-44 oder E-Mail urichter@mslpr.de

SEGA im Internet: http://www.sega.de oder http://www.dreamcast.de
http://www.sega.com oder http://www.sega-europe.com

Bitte senden Sie ein Belegexemplar direkt an MS&L, Ute Richter, Obere Zeil 2, 61440 Oberursel.